

## **Pengaruh Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Iphone *Second* di Kota Sampit**

**Sely Lestari**

Fakultas Bisnis, Universitas Darwan Ali Sampit, Kalimantan Tengah  
selylestari14@gmail.com

### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of lifestyle and price on purchasing decisions in the city of Sampit. The two control variables (K) are product quality and income. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 60 respondents who used the second iPhone. Sampling was carried out using a non-probability sampling method, with a purposive sampling technique. Based on the results of data analysis, it shows that the questionnaire is valid and reliable. on the hypothesis test the result is that lifestyle has no effect on purchasing decisions and price has a significant positive effect on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Lifestyle, Price, Purchase Decision.*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian di Kota Sampit. Dua variabel kontrol(K) yaitu kualitas produk dan penghasilan. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner ke 60 responden yang menggunakan Iphone *second*. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling*, dengan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan hasil analisis data, menunjukkan bahwa kuesioner bersifat valid dan reliabel. pada uji hipotesis hasilnya bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** *Gaya Hidup, Harga, Keputusan Pembelian.*

### **PENDAHULUAN**

Masa kini perusahaan meski melakukan pembaruan dengan menunjukkan berbagai inovasi terbaru salah satu di antaranya dalam aspek teknologi informasi dan komunikasi. Perusahaan berhasil menemukan inovasi di sebut *smartphone* atau telepon pintar dengan menyediakan berbagai fitur canggih yang lain.

Adanya perkembangan zaman menuntut bagi perusahaan dalam menyediakan kebutuhan bagi konsumen beberapa termasuk produk yang mewah sebagai upaya pemenuhan gaya kehidupan konsumen, gaya hidup konsumen mempunyai beberapa faktor penyebab seperti lingkungan, sebagai upaya konsumen dalam mengikuti tren tanpa mempertimbangkan batas kemampuan yang dimiliki. *Lifestyle* yang dimiliki konsumen memiliki keterkaitan terhadap pembelian produk

(Prizelian, 2019). (P. Kotler & Armstrong, 2008) mengungkapkan bahwa harga merupakan suatu jumlah yang dibebankan terhadap suatu produk maupun jasa. Adanya harga memiliki fungsi yakni memberikan bantuan terhadap konsumen dalam tentukan utilitas maksimum sesuai harapan atas dasar jumlah uang perbelanjaan.

Perspektif status sosial yang berbeda memiliki akibat bagi suatu individu dalam sesuatu yang meski dimiliki. Sehingga menimbulkan suatu pandangan bahwa ketidaksamaan mengakibatkan suatu perbedaan hingga perasaan terasingkan, tidak percaya diri atau malu serta rasa minder atau gengsi dengan lingkungan di sekitar.

Atas dasar mini survei dengan beberapa mahasiswa diketahui bahwa cenderung memilih melakukan pembelian Iphone *second* dibanding dengan *smartphone* android dengan harga terjangkau. Pemilihan tersebut berdasar alasan yakni perspektif terhadap pengguna Iphone lebih bergensi serta mengikuti *trend* dalam lingkungan mahasiswa. Cenderung lebih banyak dengan mahasiswa belum berpenghasilan hingga memaksa terhadap orang tua tanpa memedulikan keadaan ekonomi demi melakukan kesetaraan status sosial.

Keputusan pembelian konsumen dengan perspektif suatu produk dengan kegunaannya, saat ini berubah jadi memiliki produk atas sebab nilai dari produk itu sendiri dan meningkatkan gengsinya *disbanding* dengan produk bermanfaat dan kualitas (Darmasari & Wijayanto, 2014). Menuntut penggunaan produk Iphone disebabkan masyarakat Indonesia meski berkeinginan produk prestisius. Alasan mengapa konsumen membeli merek terkenal seperti Iphone yakni disebabkan pembelian produk mampu melakukan perubahan gaya hidup dan tingkatkan status sosial (Santoso, 2011). Berdasar latar belakang menjadi suatu pemikiran dalam pelaksanaan penelitian dengan judul "Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Iphone *Second* di Kota Sampit"

## **METODE PENELITIAN**

Pemilihan metode dalam penelitian yakni metode kuantitatif dengan proses pengambilan data dari responden menggunakan kuesioner yang dihasilkan untuk dilakukan untuk data yang akan ditelaah. Populasi penelitian yakni masyarakat warga Kota Sampit, Kotawaringin Timur yang memanfaatkan penggunaan Iphone *second*. Pengambilan sampel menggunakan Teknik *purposive sampling*. Lokasi dan Waktu Penelitian dilaksanakan di Kota Sampit, Kotawaringin Timur, Kalimantan Tengah dengan masa waktu penelitian dari Oktober 2022 hingga Juli 2023.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Iphone *second* atau bekas merupakan Iphone yang telah digunakan selanjutnya di perjual-belian Kembali, umumnya Iphone *second* memiliki harga yang cenderung lebih rendah di banding Iphone yang baru. Pembelian Iphone bekas dengan harga terjangkau memiliki risiko terjadi kerusakan atau permasalahan teknis yang sudah terjadi dan tidak terdeteksi saat awal pembelian sehingga disarankan bagi

pembeli Iphone *second* dengan memperhatikan secara teliti produk yang akan di beli tersebut dengan tujuan menghindari perkara yang tidak diinginkan.

### Uji Validitas dan Reliabel Instrumen

Uji Validitas bertujuan mengetahui ukuran instrumen pertanyaan dalam kuesioner telah tepat atau belum. Hasil memperlihatkan tanda bintang (\* atau \*\*) maka instrumen di anggap sah. Uji reabilitas bertujuan sebagai penentuan persentase reabilitas pada suatu alat ukur. Hasil memperlihatkan uji reabilitas atas variabel dengan nilai koefisien *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60. Yakni penggunaan instrumen mampu dipercaya serta diandalkan.

### Karakteristik Responden

Tahap awal dilakukan pengisian data diri dengan tujuan memahami keadaan responden sebenarnya, identitas responden dimanfaatkan dalam pengelompokan responden berdasar usia memperlihatkan responden terbanyak 50% di umur 22 hingga 25 tahun, Pendidikan memperlihatkan status mahasiswa 88% dari 60 orang, serta pendapatan.

### Analisis Data Hasil Penelitian

#### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan sebagai penentu model regresi mampu dianggap valid atau tidak. Serta uji model regresi dalam mengetahui keterkaitan antar variabel independen. Suatu model regresi dianggap tanpa gejala multikolinearitas jika nilai korelasi antara variabel bebas  $< 0,70$ .

**Tabel 1. Hasil *Output* Uji Multikolinearitas**

		Coefficient Correlations <sup>a</sup>				
Model		Penghasilan	Harga	Kualitas Produk	Gaya Hidup	
1	Correlations					
		Penghasilan	1.000	.005	-.124	.092
		Harga	.005	1.000	-.154	-.318
		Kualitas Produk	-.124	-.154	1.000	-.380
	Gaya Hidup	.092	-.318	-.380	1.000	
	Covariances					
		Penghasilan	.141	.000	-.005	.004
		Harga	.000	.018	-.002	-.004
		Kualitas Produk	-.005	-.002	.013	-.005
	Gaya Hidup	.004	-.004	-.005	.011	

a. *Dependent Variable*: Keputusan Pembelian

Berdasar tabel, semua variabel mempunyai nilai korelasi  $< 0,70$ . Maka bisa di simpulkan model regresi dalam penelitian tidak memperlihatkan tanda atau gejala multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas sebagai penentu apa model regresi memperlihatkan distribusi varians yang tidak sama dari antar pengamat residual ke pengamat lain. Hasil uji heteroskedastisitas memperlihatkan semua variabel memiliki nilai angka signifikansi  $0,137 > \text{angka } 0,05$ . Bisa disimpulkan tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi dalam penelitian.

### Uji Normalitas

Uji Normalitas dimanfaatkan untuk mengetahui hasil data dari kuesioner terdistribusi dengan normal atau tidak ada variabel terikat (Y), hasil uji normal memperlihatkan data terdistribusi normal dikarenakan nilai angka signifikansi  $> \text{angka } 0,05$  yaitu  $0,200$ .

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan uji ukur efek variabel bebas pada variabel terikat dengan tujuan memahami pengaruh gaya hidup dan harga atas keputusan beli Iphone *second* dengan variabel kontrol kualitas produk.

**Tabel 2. Hasil Output Regresi Linear Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error			
1 (Constant)	1.115	1.777		.627	.533
Gaya Hidup	.179	.104	.210	1.727	.090
Harga	.335	.136	.280	2.463	.017
Kualitas Produk	.344	.114	.353	3.013	.004
Penghasilan	.001	.375	.000	.004	.997

a. *Dependent Variable*: Keputusan Pembelian

### Koefisien Determinasi

Metode statistik menjadi penentu efektivitas variabel independen dari variabel dependen atau koefisien determinasi ( $R^2$ ). Koefisien determinasi bisa ambil nilai antar 0 dan 1. Uji determinasi dilaksanakan dengan tujuan uji banding antar pengaruh gaya hidup dan harga pada pilihan membeli Iphone *second* memperlihatkan nilai *Adjusted R Square* yakni  $0,424$  atau  $42,4\%$ . Yakni nilai  $42,4\%$  keputusan pembelian dipengaruhi harga, gaya hidup, kualitas produk, dan penghasilan sedang sisa  $57,6\%$  atas pengaruh oleh variabel lain.

### Uji Hipotesis

Uji Signifikan parsial (Uji t) bertujuan mengukur dengan parsial atau sendiri-sendiri variabel dalam penelitian. Hasil dari uji parsial memperlihatkan signifikansi

dengan  $\alpha$  sebesar 5% atau 0,05. Berikut merupakan hasil uji parsial variabel independen pada variabel dependen dengan variabel kontrol.

**Tabel 3. Hasil Output Uji t**

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1 (Constant)	1.115	1.777		.627	.533
Gaya Hidup	.179	.104	.210	1.727	.090
Harga	.335	.136	.280	2.463	.017
Kualitas Produk	.344	.114	.353	3.013	.004
Penghasilan	.001	.375	.000	.004	.997

a. *Dependent Variable:* Keputusan Pembelian

Berdasar hasil analisis variabel maka dijabarkan hasil penelitian sebagai berikut:

**a. Pengaruh gaya hidup atas keputusan pembelian Iphone *second* di Kota Sampit.**

Temuan penelitian, berdasar respons 60 orang responden, memperlihatkan gaya hidup tidak memiliki pengaruh dalam keputusan pembelian Iphone *second* di Kota Sampit. Hasil uji parsial menunjukkan tidak memiliki dampak. Nilai signifikansi tes yakni 0,090, lebih tinggi dibanding  $\alpha$  (5% = 0,05) maka H1 tidak diterima. Temuan ini konsisten atas studi sebelumnya oleh Wolff et al (2021), mengungkapkan gaya hidup orang tidak berdampak terhadap pilihan akan pembelian.

**b. Pengaruh harga atas keputusan pembelian Iphone *second* di Kota Sampit**

Berdasar data penelitian atas sampel 60 responden, hasil penelitian memperlihatkan pengaruh positif signifikan atas keputusan pembelian Iphone *second* di Kota Sampit. Pengaruh positif signifikan bisa diperhatikan dalam uji parsial dengan nilai signifikansi angka 0,016 lebih kecil dari  $\alpha$  (5% = 0,05) dengan arah yang positif sebesar angka 0,335 terlihat atas nilai Beta koefisien regresi. Dari arah positif disimpulkan tiap 1 poin tingkatan variabel harga akan tingkatan keputusan pembelian sebesar 0,335 poin dengan syarat variabel lain tetap. Hasil menunjukkan H<sub>2</sub> diterima sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Prizelian (2019), memperlihatkan harga memiliki pengaruh signifikan atas keputusan pembelian.

**c. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Iphone *second* di Kota Sampit**

Berdasar data penelitian sampel 60 responden, hasil penelitian memperlihatkan kualitas produk berpengaruh positif signifikan pada keputusan pembelian Iphone *second* di Kota Sampit. Pengaruh positif signifikan bisa

diperhatikan dalam hasil uji parsial nilai signifikan angka 0,004 lebih kecil dari  $\alpha$  (5% = 0,05) dengan arah yang positif angka 0,344 atas nilai Beta koefisien regresi. Hasil sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Pujiyanto (2022), menunjukkan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan atas keputusan pembelian sehingga makin bagus kualitas produk Iphone maka makin meningkat keputusan pembeliannya.

**d. Pengaruh penghasilan terhadap keputusan pembelian Iphone second di Kota Sampit**

Atas data penelitian sampel 60 responden, memperlihatkan bahwa penghasilan tidak memiliki pengaruh atas keputusan pembelian berdasar hasil uji parsial nilai signifikan 0,997 lebih besar dari  $\alpha$  (5% = 0,05). Berdasar hasil statistik deskriptif yakni 31 dari 60 responden belum memiliki penghasilan sendiri dan responden mayoritas mahasiswa dan anak SMA/SMK. Hal tersebut memperlihatkan jika responden memiliki penghasilan sendiri ataupun tidak maka tidak akan berpengaruh apa pun terhadap keputusan pembeliannya.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**Kesimpulan**

- a. Gaya hidup tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Iphone *second* di Kota Sampit.
- b. Harga mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian Iphone *second* di Kota Sampit.

**Saran**

Setelah lakukan telaah, beberapa rekomendasi yang dapat diajukan antara lain:

- a. Saran mengenai variabel harga.  
Menentukan harga Iphone *second* memiliki dampak pada keputusan pembelian. Perusahaan *smartphone* harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian harga dengan manfaat yang dapat memberikan persepsi positif kepada konsumen. Namun, perusahaan juga harus memperhatikan harga yang ditawarkan oleh pesaing-pesaing mereka.
- b. Saran untuk penulis  
Penulis disarankan untuk mendalami lebih lanjut tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian yang belum dikaji dalam penelitian ini. Dengan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam, penulis akan dapat menjelaskan dan menggambarkan keputusan pembelian dengan lebih baik dan komprehensif jika melakukan penelitian serupa di masa depan.

c. Saran untuk pembaca

Bagi pembaca yang menggunakan skripsi ini sebagai referensi, disarankan untuk melengkapi dengan sumber, literatur, atau bahan bacaan lain yang relevan dengan penelitian ini. Penelitian ini memiliki kekurangan tertentu, sehingga penambahan sumber tambahan dapat memberikan informasi yang lebih komprehensif. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas jumlah variabel independen yang diteliti selain variabel yang telah dijelaskan pada riset ini. Terdapat beberapa faktor lain, seperti citra merek (*brand image*), yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan layak untuk diteliti lebih lanjut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anisyah, F., Hernawati, & El-Fikri, M. (2021). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Desain Produk dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Handphone Vivo di Millenium ITC Centre Medan. *Ensiklopedia Education Review*, 3(2). <http://jurnal.ensiklopediaku.org>
- Darmasari, R., & Wijayanto, G. (2014). Pengaruh Brand Equity dalam Membentuk Lifestyle dan Customer Value pada Pengguna Merek Smartphone di Kota Pekanbaru. In *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 86(2). <http://www.riau24.com>,
- Dwi Agustina, E. (2020). *Pengaruh Life Style, Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Ngawi*. <http://ekomaks.unmermadiun.ac.id/index.php/ekomaks>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Bob Sabran, Ed.; Ed. 13 Ind JKPNPNA). Erlangga.
- Nurhayati, S. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta*. IV(2).
- Prizelian, A. A. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Kota Malang*.
- Pujianto, D. (2022). *Pengaruh Brand Image Kualitas produk dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Iphone*. 1(3). <http://jurnal.jomparnd.com/index.php/jk>
- Syahatah, H. (1998). *Ekonomi Rumah Tangga Muslim*. Gema Insani Press.
- Syahputra, R. D. (2020). *Peran Ulasan dan Harga dalam Meningkatkan Penjualan di Marketplace*.
- Tri, S., Kadarisman, S., & Sunarti, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Kepuasan Konsumen

Pengguna Iphone (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50(6).